

# Sharing is caring?

*Social Media sind für viele Unternehmen mittlerweile ein fester Bestandteil ihres Alltags: Auf den Websites diverser Unternehmen, der Tageszeitungen, des öffentlichen Rundfunks etc. sind häufig „social buttons“ integriert. Wenn man im Zuge von Recherchen auf einen interessanten Artikel stößt, ist dieser rasch mittels des „share buttons“ auf den eigenen Social-Media-Kanälen veröffentlicht. Welche Rechte können durch das Teilen in sozialen Medien verletzt werden?*

Das Teilen von interessanten Inhalten geschieht nebenbei und ohne großes Kopfzerbrechen. Handelt es sich beim Internet um einen rechtsfreien Raum, schließlich fühlen sich Nutzer grundsätzlich sicher – „Es macht ja jeder so“?

> ***Das reine Teilen eines bereits im öffentlichen Bereich für das gesamte Internet einsehbare Publikum ist dabei grundsätzlich in Ordnung.***

**„Posten“ und „Teilen“ geschützter Werke**

Wesentlich ist, dass vor dem Klick auf einen „share button“ jeweils zu hinterfragen ist, ob es sich bei dem Beitrag, den man gerne auf der eigenen Social-Media-Seite publizieren will, um ein geschütztes Werk handelt bzw. ob der Urheber des Beitrages durch die Veröffentlichung und das „soziale“ Bereitstellen bereits auf seine Nutzungsrechte verzichtet hat. Grundsätzlich muss man jeweils davon ausgehen, dass es sich bei dem Beitrag eines Unternehmens, einer Tageszeitung etc. um ein geschütztes Werk handelt. Wesentlich ist, dass in einem Beitrag unterschiedliche Werke enthalten sein können, nämlich einerseits z. B. ein Text des eigentlichen Autors in Verbindung mit Bildern eines Dritten. Bei der Veröffentlichung eines Beitrags durch „Teilen“ muss dabei beachtet werden, dass nicht in fremde Werknutzungsrechte eingegriffen wird, also eine Urheberrechtsverletzung begangen wird.

**Teilen und setzen eines Hyperlinks**

Grundsätzlich ist das Teilen wie das Setzen eines Hyperlinks zu betrachten. Hierbei hat der Gesetzgeber bereits herausgearbeitet, dass sich Inhalte, die mit der Zustimmung des Urhebers ohne Zugangsbeschränkungen im Internet (im öffentlichen Bereich) angeboten werden, an die Gesamtheit der Internetnutzer richten und dementsprechend durch das Teilen des Beitrages kein unzulässiger Eingriff in das Zurverfügungstellungsrecht des eigentlichen Urhebers vorliegt.

> ***Wenn ein Dritter auf dem Facebook- oder Instagram-Profil einen rechtswidrigen Kommentar postet, haftet der Profilinhaber dafür nicht.***

Das reine Teilen eines bereits im öffentlichen Bereich für das gesamte Internet einsehbaren Werkes ist dabei grundsätzlich in Ordnung. Trotzdem ist Vorsicht geboten, denn mit dem Posten und dem Teilen eines Beitrages in sozialen Netzwerken wird in der Regel eine Kopie der jeweiligen Inhalte in der „Cloud" des sozialen Netzwerks angefertigt, die daraufhin dem Zielpublikum zugänglich gemacht wird. Wenn das Posting zuvor noch nicht „öffentlich" war („Beitrag", „Tweet", „Story" etc.) und ein fremdes urheberrechtlich geschütztes Werk, also z. B. ein Bild eines Fotografen, der seine Vervielfältigungsrechte nur exklusiv dem Ursprungsposter erteilt hat, vorliegt, so unterliegt diese Nutzung der Zustimmung des Urhebers.

Zusammengefasst ist also vor dem Sharen jeweils zu hinterfragen, ob
- das geteilte Werk mit Zustimmung des Urhebers veröffentlicht wurde,
- durch das Teilen allenfalls eine Beschränkung umgangen wird, also insbesondere ob durch das Teilen ein Beitrag aus einem „privaten" Bereich einem weiteren Adressatenkreis zur Verfügung gestellt wird, oder
- der sharende Nutzer in Gewinnerzielungsabsicht handelt.

Diesbezüglich darf insbesondere nicht vergessen werden, dass das Teilen in Gewinnerzielungsabsicht einen Verstoß gegen das Zurverfügungstellungsrecht des Urhebers, also des Autors per se, darstellt und mittels Unterlassung und Schadenersatzforderung sanktioniert werden kann.

**Was tun bei kreditschädigenden Kommentaren?**
Unternehmen nutzen Social Media, um auf Neuigkeiten hinzuweisen und die Werbetrommel für das eigene Unternehmen zu rühren. Natürlich verhält es sich auch derart, dass teilweise durchaus viel Neid geschürt wird und Mitbewerber oder Dritte bösartige oder beleidigende Kommentare verfassen können. Die Poster müssen sich das natürlich nicht gefallen lassen. Je nach Plattform, auf der gepostet wird, besteht zunächst die Möglichkeit, dass das Unternehmen allfällige bösartige, beleidigende und unrichtige Kommentare vom Betreiber entfernen lassen kann. Insbesondere, wenn es sich um unrichtige und kreditschädigende Äußerungen handelt, durch die der wirtschaftliche Ruf des Unternehmens herabgesetzt wird. Es besteht die Möglichkeit, wegen „Kreditschädigung" zivilrechtlich vorzugehen und die Ansprüche gerichtlich durchzusetzen. Sofern die Äußerungen von einem Mitbewerber stammen, besteht auch die Möglichkeit, wegen unlauteren Wettbewerbs zivilrechtliche Unterlassungs-, Veröffentlichungs- und/oder Schadenersatzansprüche durchzusetzen.

**Kommentare und Posts von Dritten**
Wie zuvor bereits angesprochen, ist es oft so, dass die Beiträge eines Seitenbetreibers von Dritten kommentiert werden. Dabei kann es natürlich ab und an dazu kommen, dass auf der Seite des Unternehmens ein rechtswidriger Kommentar oder Beitrag (der nicht vom Seiteninhaber stammt) veröffentlicht wird. Das E-Commerce-Gesetz hat das Host-Provider-Haftungsprivileg eingeführt. Demnach ist ein Host-Provider, also jemand, der Speicherplatz für fremde Inhalte zur Verfügung stellt (z. B. der Betreiber einer Facebook-Seite), für die von einem anderen Nutzer eingegebenen Inhalte nicht verantwortlich. Wenn also z. B. ein Dritter auf dem Facebook- oder Instagram-Profil einen rechtswidrigen Kommentar postet, haftet der Profilinhaber dafür grundsätzlich nicht. Es besteht keine generelle Überwachungspflicht für den Seitenbetreiber. Sobald der Seitenbetreiber aber Kenntnis vom rechtswidrigen Inhalt erlangt, muss er unverzüglich handeln und die rechtswidrigen Inhalte löschen, den Zugang sperren und allenfalls eine Meldung veranlassen.

> ***Bei den sozialen Medien handelt es sich keineswegs um einen rechtsfreien Raum.***

Zusammengefasst ist also zu sagen, dass es sich bei den sozialen Medien keineswegs um einen rechtsfreien Raum handelt, sondern durchaus Obacht zu geben ist. Um allfällige Unsicherheiten klären zu können, ist es am sinnvollsten, mit der Wirtschaftskammer oder einem Rechtsanwalt Kontakt aufzunehmen, um eine geplante Social-Media-Werbetätigkeit auf rechtliche Zulässigkeit zu überprüfen.

**Weitere Informationen:**

**3 Tipps, was Sie vor dem Sharen von Postings beachten müssen:**

1. Wurde das geteilte Werk mit Zustimmung des Urhebers veröffentlicht?
Wenn aus dem Beitrag und auch den Lichtbildern eindeutig hervorgeht, dass sämtliche Inhalte vom Seitenbetreiber stammen und der Inhalt bereits ohne Zugangsbeschränkung veröffentlicht wurde, ist das Teilen jedenfalls unproblematisch.

2. Wird durch das Teilen eine Beschränkung umgangen?Insbesondere durch das Teilen eines Beitrags aus einem „privaten" Bereich, der damit einem weiteren Adressatenkreis zur Verfügung gestellt wird.

3. Handelt der sharende Nutzer in Gewinnerzielungsabsicht?Wesentlich ist, dass sowohl die Gewinnerzielungsabsicht und auch das Teilen eines Beitrages aus einem geschützten Bereich zur Zugänglichmachung an einen weiteren Adressatenkreis rasch überprüft werden können und daher relativ klar ersichtlich ist, ob rechtskonform agiert wird.

Die Überprüfung der Frage, ob das zu teilende Werk mit Zustimmung des Urhebers veröffentlicht werden darf, ist ungemein schwerer. Insbesondere wenn mehrere Werke (z. B. auch Lichtbilder) in einem Beitrag vorhanden sind, sollte im Zweifel daher vor dem Teilen mit dem jeweiligen Seitenbetreiber Kontakt aufgenommen werden, um keine Urheberrechtsverletzung zu provozieren.

Fotocredit: iStock.com/ClarkandCompany